



## Auswirkungsanalyse zur Erweiterung von Netto Marken-Discount in der Ochtruper Straße in Gronau (Westf.)

AUFTRAGGEBER: Geveler GmbH & Co. KG

PROJEKTLEITUNG: Katharina Staiger, Dipl.-Geogr.

Köln, den 21.10.2022

## Urheberrecht

Das vorliegende Dokument unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung ist im Rahmen des politischen Prozesses, von Bauleitplanverfahren, Baugenehmigungsverfahren, Rahmenplanungen und Gerichtsverfahren ohne Genehmigung möglich. Für alle anderen Zwecke ist eine Veröffentlichung des Dokuments nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung der GMA und des Auftraggebers unter Angabe der Quelle zulässig.

Im vorliegenden Dokument verzichten wir aus Gründen der besseren Lesbarkeit darauf, immer die männliche und weibliche Schriftform zu verwenden. Selbstverständlich sind alle Geschlechter gleichermaßen angesprochen.

Quelle Titelbild: GMA



**Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH**  
**Ludwigsburg / Dresden / Hamburg / Köln / München**

Büro Köln  
Siegburger Straße 215  
50679 Köln

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl, Oliver Matzek, Birgitt Wachs

Tel 0221 989438-0 / Fax 0221 989438-19  
office.koeln@gma.biz / www.gma.biz

## Vorbemerkung

Die Geveler GmbH & Co. KG erteilte der GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Büro Köln, den Auftrag zur Erarbeitung einer Auswirkungsanalyse zur Erweiterung der in der Ochtruper Straße in der Gronau bestehenden Netto-Filiale. Diese Filiale verfügt über eine Verkaufsfläche von ca. 775 m<sup>2</sup> und soll auf ca. 1.008 m<sup>2</sup> durch einen Anbau an der Nordseite erweitert werden.

Für die Bearbeitung der Untersuchung standen der GMA neben Angaben des Auftraggebers eigene Grundlagenzahlen, Daten der Stadt Gronau, des Statistischen Bundesamtes, der Bundesagentur für Arbeit sowie des Landesbetriebes für Information und Technik Nordrhein-Westfalen (IT. NRW) zur Verfügung. Durch die GMA erfolgten im Oktober 2022 eine Standortbesichtigung sowie eine aktuelle Erhebung der untersuchungsrelevanten Wettbewerbsbetriebe in Gronau. Außerdem wurde auf Informationen von MB Research (Kaufkraftkennziffern) zurückgegriffen.

Die vorliegende Untersuchung dient der Entscheidungsvorbereitung und -findung für kommunalpolitische und bauplanungsrechtliche Entscheidungen der Stadt Gronau. Alle Informationen im vorliegenden Dokument sind sorgfältig recherchiert; der Bericht wurde nach bestem Wissen und Gewissen erstellt. Für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität aller sekundären Inhalte kann die GMA keine Gewähr übernehmen.

G M A  
Gesellschaft für Markt- und  
Absatzforschung mbH

Köln, den 21.10.2022  
KST-aw

| <b>Inhaltsverzeichnis</b>   | <b>Seite</b> |
|---|--------------|
| <b>I. Vorhaben und Aufgabenstellung</b>                                       | <b>5</b>     |
| 1. Ausgangslage und Aufgabenstellung  | 5            |
| 2. Rechtsrahmen zur Bewertung des Vorhabens                                   | 5            |
| 2.1 Regelungen der Baunutzungsverordnung                                      | 5            |
| 2.2 Landesplanung   | 6            |
| 2.3 Regionalplan Münsterland  | 8            |
| 2.4 Einzelhandelskonzept der Stadt Gronau                                     | 9            |
| 3. Standortbeschreibung und -bewertung  | 9            |
| 3.1 Makrostandort Gronau  | 9            |
| 3.2 Mikrostandort Ochtruper Straße, Objektstandort Netto Marken-Discount      | 10           |
| <b>II. Nachfrage- und Angebotssituation</b>                                   | <b>13</b>    |
| 1. Einzugsgebiet und Bevölkerungspotenzial                                    | 13           |
| 2. Projektrelevante Kaufkraft im Einzugsgebiet                                | 15           |
| 3. Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum                                  | 15           |
| <b>III. Auswirkungsanalyse</b>  | <b>17</b>    |
| 1. Methodischer Ansatz  | 17           |
| 2. Umsatzerwartung und Umsatzherkunft   | 17           |
| 3. Voraussichtliche Wettbewerbswirkungen und Kaufkraftbewegungen              | 18           |
| 4. Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen                    | 19           |
| 5. Vereinbarkeit mit dem Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen (LEP NRW) | 19           |
| 6. Vereinbarkeit mit dem Einzelhandelskonzept der Stadt Gronau                | 20           |
| 7. Vereinbarkeit mit dem Regionalplan Münsterland                             | 20           |
| <b>IV. Zusammenfassung</b>  | <b>22</b>    |
| Verzeichnisse   | 24           |

## I. Vorhaben und Aufgabenstellung

### 1. Ausgangslage und Aufgabenstellung

In der Gronau plant der Lebensmitteldiscounter Netto Marken-Discount die Erweiterung, Modernisierung und Attraktivierung einer bestehenden Filiale. Geplant ist, das Bestandsgebäude auf der Nordseite durch einen Anbau zu erweitern und in diesem Zuge die Verkaufsfläche von aktuell ca. 775 m<sup>2</sup> auf etwa 1.008 m<sup>2</sup> zu vergrößern. Vorrangiges Ziel der Erweiterung ist es, durch eine großzügigere Gestaltung des Verkaufsraumes eine optimierte Warenpräsentation zu ermöglichen, die Kundenfreundlichkeit im Markt zu erhöhen und Ausgangslager und warenlogistische Vorgänge zu verbessern.

Der Projektstandort befindet sich innerhalb des gemäß GMA-Einzelhandelskonzept (2021) der Stadt Gronau ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiches „Nahversorgungszentrum Ochtruper Straße“. Im Zuge des Bebauungsplanverfahrens ist eine Auswirkungsanalyse zu erstellen, welche auf Basis von § 11 Abs. 3 BauNVO die städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen sowie die Vereinbarkeit mit den landesplanerischen Vorgaben prüft.

### 2. Rechtsrahmen zur Bewertung des Vorhabens

Die wesentlichen Rechtsgrundlagen zur städtebaulichen Entwicklung und Ordnung bei Einzelhandelsgroßprojekten stellen das Baugesetzbuch (BauGB) sowie die Baunutzungsverordnung (BauNVO) dar.

#### 2.1 Regelungen der Baunutzungsverordnung

Der § 11 Abs. 3 BauNVO führt in der Fassung von 2017 für großflächige Einzelhandelsbetriebe aus:

*„1. Einkaufszentren,*

*2. großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich nach Art, Lage oder Umfang auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können,*

*3. sonstige großflächige Handelsbetriebe, die im Hinblick auf den Verkauf an letzte Verbraucher und auf die Auswirkungen den in Nummer 2 bezeichneten Einzelhandelsbetrieben vergleichbar sind,*

*sind außer in Kerngebieten nur in für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig. Auswirkungen im Sinne des Satzes 1 Nr. 2 und 3 sind insbesondere schädliche Umwelteinwirkungen im Sinne des § 3 des Bundes-Immissionsschutzgesetzes sowie Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr, auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich der in Satz 1 bezeichneten Betriebe, auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden, auf das Orts- und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt.*

*Auswirkungen im Sinne des Satzes 2 sind bei Betrieben nach Satz 1 Nr. 2 und 3 in der Regel anzunehmen, wenn die Geschossfläche 1.200 m<sup>2</sup> überschreitet. Die Regel des Satzes 3 gilt nicht, wenn Anhaltspunkte dafür bestehen, dass Auswirkungen bereits bei weniger als 1.200 m<sup>2</sup> Geschossfläche vorliegen oder bei mehr als 1.200 m<sup>2</sup> nicht vorliegen; dabei sind in Bezug auf die in Satz 2 bezeichneten Auswirkungen insbesondere die Gliederung und die Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebs zu berücksichtigen.“*

## 2.2 Landesplanung

Der Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen (LEP NRW) trat am 08. Februar 2017 in Kraft. Er legt folgende Ziele und Grundsätze zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels fest:

### *„6.5 Großflächiger Einzelhandel*

#### *Ziele und Grundsätze*

##### *6.5-1 Ziel Standorte des großflächigen Einzelhandels nur in Allgemeinen Siedlungsbereichen*

*Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung dürfen nur in regionalplanerisch festgelegten Allgemeinen Siedlungsbereichen dargestellt und festgesetzt werden.*

##### *6.5-2 Ziel Standorte des großflächigen Einzelhandels mit zentrenrelevanten Kernsortimenten nur in zentralen Versorgungsbereichen*

*Dabei dürfen Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit zentrenrelevanten Kernsortimenten nur*

- in bestehenden zentralen Versorgungsbereichen sowie*
- in neu geplanten zentralen Versorgungsbereichen in städtebaulich integrierten Lagen, die aufgrund ihrer räumlichen Zuordnung sowie verkehrsmäßigen Anbindung für die Versorgung der Bevölkerung zentrale Funktionen des kurz-, mittel- oder langfristigen Bedarfs erfüllen sollen, dargestellt und festgesetzt werden.*

*Zentrenrelevant sind*

- die Sortimente gemäß Anlage 1 und*
- weitere von der jeweiligen Gemeinde als zentrenrelevant festgelegte Sortimente (ortstypische Sortimentsliste).*

*Ausnahmsweise dürfen Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten auch außerhalb zentraler Versorgungsbereiche dargestellt und festgesetzt werden, wenn nachweislich:*

- eine Lage in den zentralen Versorgungsbereichen aus städtebaulichen oder siedlungsstrukturellen Gründen, insbesondere der Erhaltung gewachsener baulicher Strukturen oder der Rücksichtnahme auf ein historisch wertvolles Ortsbild nicht möglich ist und*

- die Bauleitplanung der Gewährleistung einer wohnortnahen Versorgung mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten dient und
- zentrale Versorgungsbereiche von Gemeinden nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

#### **6.5-3 Ziel Beeinträchtigungsverbot**

Durch die Darstellung und Festsetzung von Kerngebieten und Sondergebieten für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit zentrenrelevanten Sortimenten dürfen zentrale Versorgungsbereiche von Gemeinden nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

#### **6.5-4 Grundsatz Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Verkaufsfläche**

Bei der Darstellung und Festsetzung von Sondergebieten für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten soll der zu erwartende Gesamtumsatz der durch die jeweilige Festsetzung ermöglichten Einzelhandelnutzungen die Kaufkraft der Einwohner der jeweiligen Gemeinde für die geplanten Sortimentsgruppen nicht überschreiten.

#### **6.5-5 Ziel Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Standort, relativer Anteil zentrenrelevanter Randsortimente**

Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten dürfen nur dann auch außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen dargestellt und festgesetzt werden, wenn der Umfang der zentrenrelevanten Sortimente maximal 10 % der Verkaufsfläche beträgt und es sich bei diesen Sortimenten um Randsortimente handelt.

#### **6.5-6 Grundsatz Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Verkaufsfläche zentrenrelevanter Randsortimente**

Der Umfang der zentrenrelevanten Randsortimente eines Sondergebietes für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten soll außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen 2.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche nicht überschreiten.

#### **6.5-7 Ziel Überplanung von vorhandenen Standorten mit großflächigem Einzelhandel**

Abweichend von den Festlegungen 6.5-1 bis 6.5-6 dürfen vorhandene Standorte von Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen als Sondergebiete gemäß § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung dargestellt und festgesetzt werden. Dabei sind die Sortimente und deren Verkaufsflächen in der Regel auf die Verkaufsflächen, die baurechtlichen Bestandsschutz genießen, zu begrenzen. Wird durch diese Begrenzung die zulässige Nutzung innerhalb einer Frist von sieben Jahren ab Zulässigkeit aufgehoben oder geändert, sind die Sortimente und deren Verkaufsflächen auf die zulässigen Verkaufsflächenobergrenzen zu begrenzen. Ein Ersatz zentrenrelevanter durch nicht zentrenrelevante Sortimente ist möglich. Ausnahmsweise kommen auch geringfügige Ansiedlungen in Betracht, wenn dadurch keine wesentliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche von Gemeinden erfolgt.

#### **6.5-8 Ziel Einzelhandelsagglomerationen**

Die Gemeinden haben dem Entstehen neuer sowie der Verfestigung und Ansied-

*lung bestehender Einzelhandelsagglomerationen außerhalb Allgemeiner Siedlungsbereiche entgegenzuwirken. Darüber hinaus haben sie dem Entstehen neuer sowie der Verfestigung und Ansiedlung bestehender Einzelhandelsagglomerationen mit zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche entgegenzuwirken. Sie haben sicherzustellen, dass eine wesentliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche von Gemeinden durch Einzelhandelsagglomerationen vermieden wird.*

#### **6.5-9 Grundsatz Regionale Einzelhandelskonzepte**

*Regionale Einzelhandelskonzepte sind bei der Aufstellung und Änderung von Regionalplänen in die Abwägung einzustellen.*

#### **6.5-10 Ziel Vorhabenbezogene Bebauungspläne für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung**

*Vorhabenbezogene Bebauungspläne für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung sind, soweit von § 12 Absatz 3a Satz 1 Baugesetzbuch kein Gebrauch gemacht wird, nur zulässig, wenn sie den Anforderungen der Festlegungen 6.5-1, 6.5-7 und 6.5-8 entsprechen; im Falle von zentrenrelevanten Kernsortimenten haben sie zudem den Festlegungen 6.5-2 und 6.5-3, im Falle von nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten den Festlegungen 6.5-4, 6.5-5 und 6.5-6 zu entsprechen.“*

## **2.3 Regionalplan Münsterland**

Als Zielvorgabe benennt der Regionalplan Münsterland (2014) beim Thema Einzelhandel die Sicherung der Nahversorgung, die Erhöhung der Attraktivität der Zentren sowie die Entwicklung und Fortschreibung von Einzelhandelskonzepten<sup>1</sup>. Im Kapitel III wird unter Grundsatz 10 ausgeführt:

### **„10.1**

*Die gemeindliche Bauleitplanung soll die Voraussetzungen dafür schaffen, dass die wohnortnahe Versorgung mit Gütern und Dienstleistungen des täglichen Bedarfs (Nahversorgung) gewährleistet und gesichert wird und Einzelhandelsbetriebe verbrauchernah und städtebaulich integriert angesiedelt werden. Neben der Nahversorgung soll die Bauleitplanung die Attraktivität der Zentren als Mittelpunkte urbanen Lebens stärken.*

### **10.2**

*Bei der Änderung oder Aufstellung von Bauleitplänen für großflächige Einzelhandelsbetriebe sind auch die Auswirkungen auf die Nahversorgung im Einzugsbereich zu ermitteln und bei der Abwägung zu berücksichtigen.*

### **10.3**

*Durch Bauleitplanung soll sichergestellt werden, dass die Errichtung und Erweiterung von Vorhaben des großflächigen Einzelhandels sowie von mehreren, für sich selbstständigen Einzelhandelsbetrieben in räumlichem Zusammenhang (Fachmarktzentren bzw. -agglomerationen) zu keinen wesentlichen Beeinträchtigungen der zentralen Versorgungsbereiche oder der Nahversorgung führen.“<sup>2</sup>*

<sup>1</sup> Bezirksregierung Münster, Regionalplan Münsterland (2014), S. 29 ff

<sup>2</sup> ebd.

Dabei ist zudem auf das Ziel 4 des Regionalplans Münsterland zu verweisen, wonach die Einzelhandelsentwicklung auf die Allgemeinen Siedlungsbereiche zu konzentrieren ist<sup>3</sup>.

## 2.4 Einzelhandelskonzept der Stadt Gronau

Das Einzelhandelskonzept 2021<sup>4</sup> legt folgende **städtebauliche Zielsetzungen** zugrunde:

- /// Erhaltung und Stärkung der Einzelhandelszentralität und Versorgungsvielfalt der Stadt Gronau
- /// Stabilisierung und Strukturverbesserung des innerstädtischen Versorgungszentrums als Geschäfts- und Dienstleistungsschwerpunkt des Mittelzentrums
- /// Sicherung und Ausbau des Stadtteilzentrums Epe und der drei (perspektivisch vier) Nahversorgungszentren mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten.

Die Zielsetzungen werden durch die Sortimentsliste und das Standortkonzept konkretisiert. Mit der „Sortimentsliste der Stadt Gronau“ werden nahversorgungs- bzw. zentrenrelevante und nicht zentrenrelevante Sortimente definiert.

Das Einzelhandelskonzept weist als zentrale Versorgungsbereiche neben dem **Hauptzentrum Innenstadt** das **Stadtteilzentrum Epe** sowie die **Nahversorgungszentren** „Gildehauser Straße“, „Königstraße“ und „Ochtruper Straße“ aus. Darüber hinaus wird ein **perspektivisches Nahversorgungszentrum** im Zusammenhang mit der geplanten Quartiersentwicklung (EUREGIO-Quartier) am westlichen Stadtrand unmittelbar an der deutsch-niederländischen Grenze dargestellt. Der **Projektstandort** an der Ochtruper Straße im östlichen Teil der Kernstadt liegt im **zentralen Versorgungsbereich** „Nahversorgungszentrum Ochtruper Straße“. Als Zielsetzung für das Nahversorgungszentrum wird im Einzelhandelskonzept 2021 die „Sicherung und Stärkung der quaternahen Versorgungsfunktion“ formuliert.<sup>5</sup> Auch nach aktueller Standortbesichtigung liegt der Projektstandort im Nahversorgungszentrum.

## 3. Standortbeschreibung und -bewertung

### 3.1 Makrostandort Gronau

In Gronau leben derzeit ca. **49.030 Einwohner**<sup>6</sup>, davon etwa **70 %** in der Kernstadt Gronau<sup>7</sup>. In der zurückliegenden Dekade ist die Einwohnerzahl in der Gesamtstadt um ca. 7,5 % bzw. ca. 3.410 Einwohner gewachsen. Perspektivisch wird von einer weiteren Bevölkerungszunahme ausgegangen: Für das Jahr 2035 wurden rd. 52.690 Einwohner vorausberechnet, was im Vergleich zu 2021 einem Zuwachs von etwa 7,5 % entspräche.<sup>8</sup>

<sup>3</sup> ebd.

<sup>4</sup> GMA, Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Gronau (2021), S. 36

<sup>5</sup> GMA, Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Gronau (2021), S. 55

<sup>6</sup> Quelle: IT.NRW, Stichtag: 31.12.2021

<sup>7</sup> Quelle Stadt Gronau, Stichtag: 31.12.2021

<sup>8</sup> Quelle: IT.NRW, Bevölkerungsvorausberechnung 2021 - 2050 für die Gemeinden Nordrhein-Westfalens; die Prozent-Angabe bezieht sich auf die Einwohnerzahlen nach <sup>6</sup> (laut den Zahlen von IT.NRW (2022) beträgt der Zuwachs rd. 8,5 % im Vergleich zum Ausgangsjahr 2020)

Das Grundnetz der innerstädtischen Erschließung bilden insbesondere die nahezu parallel zur B 54 durch die Kernstadt verlaufende Ost-West-Achse L 510 (Ochtruper Straße/Herrmann-Ehlers-Straße/Enscheder Straße) sowie die Nord-Süd-Achsen L 572 / L 574 (Gildehauser Straße/Eper Straße/Gronauer Straße), K 47 (Heerweg/Gildehauser Damm) und L 566 (Steinfurter Straße).

### 3.2 Mikrostandort Ochtruper Straße, Objektstandort Netto Marken-Discount

Der Vorhabenstandort liegt im östlichen Teil der Kernstadt, unmittelbar an der Ochtruper Straße (Landesstraße L 510). Das Objekt befindet sich in unmittelbarer Nachbarschaft zu dem südlich angrenzenden I&M Bauzentrum Geveler sowie einer westlich angrenzenden Jet-Tankstelle. Östlich vorgelagert erstreckt sich der ebenerdige Kundenparkplatz, welcher auch durch Kunden des Bauzentrums genutzt wird. Jenseits des Parkplatzes schließt östlich ein Verbundstandort mit dem Drogeriemarkt, Das Futterhaus sowie einem Café an. Unmittelbar nördlich des Objektes, jenseits der Ochtruper Straße ist Aldi im Verbund mit einer vorgelagerten Tankstelle ansässig. Im weiteren nördlichen Umfeld überwiegen Wohnnutzungen, wobei Ein- und Zweifamilienhausbebauungen vorherrschen.

Rd. 150 m nordwestlich befindet sich -ebenfalls an der Ochtruper Straße- der K+K Supermarkt, in dessen Vorkassenzone die Fachmärkte Intersport, Kik und Ernsting's family vertreten sind.

Das weitere westliche und nordwestliche Umfeld wird primär durch Wohnnutzungen geprägt. Gleiches gilt abgesehen von einzelnen Gewerbenutzungen, darunter der Getränkemarkt Trink & Spare, auch für das erweiterte südliche Standortumfeld. Hingegen wird das östliche Standortumfeld maßgeblich durch ein ausgedehntes Gewerbegebiet geprägt, welches sich jenseits der Einmündung Heerweg beiderseits der Ochtruper Straße nahezu bis zur Stadtgrenze erstreckt. Insbesondere entlang der Ochtruper Straße prägen hier auch diverse Einzelhandelsnutzungen (u. a. Jysk, Sonderpreis Baumarkt, Möbelhaus Roller, Getränke Hoffmann, Fressnapf XXL, Trinkgut, ATU, Hellweg Bau- und Gartenmarkt) sowie gastronomische Angebote (u. a. McDonalds, Burger King, Subway, Asia Restaurant) das Bild.

Aufgrund der Lage an der stark frequentierten Ochtruper Straße, welche als östliche Hauptein- bzw. -ausfallstraße für die Kernstadt fungiert, ist der Standort mit dem Pkw hervorragend zu erreichen und profitiert vom Durchgangsverkehr. Die Zufahrt zum Parkplatz erfolgt direkt von der Ochtruper Straße und kann angesichts separater Linksabbiegespuren für den Verkehr aus östlicher Richtung problemlos abgewickelt werden.

Aus den umliegenden Wohngebieten ist die Netto-Filiale **fußläufig** gut erreichbar. Über die rd. 75 m östlich gelegene **Bushaltestelle** Heerweg ist der Standort an den öffentlichen Nahverkehr angebunden. Zwar wird die Haltestelle im Linienverkehr nur vergleichsweise selten bedient (u. a. Bürgerbus B 11 im Zwei-Stunden-Takt), allerdings kann hier im Rahmen des On-Demand-Systems „G-Mobil“ jederzeit bei Bedarf ein Fahrzeug angefordert werden.

Foto 1: Netto-Filiale aus nördlicher Richtung



Foto 2: Netto-Filiale aus östlicher Richtung mit Zufahrt



Foto 3: Verbundstandort mit dm, Das Futterhaus und Bäckerei-Café

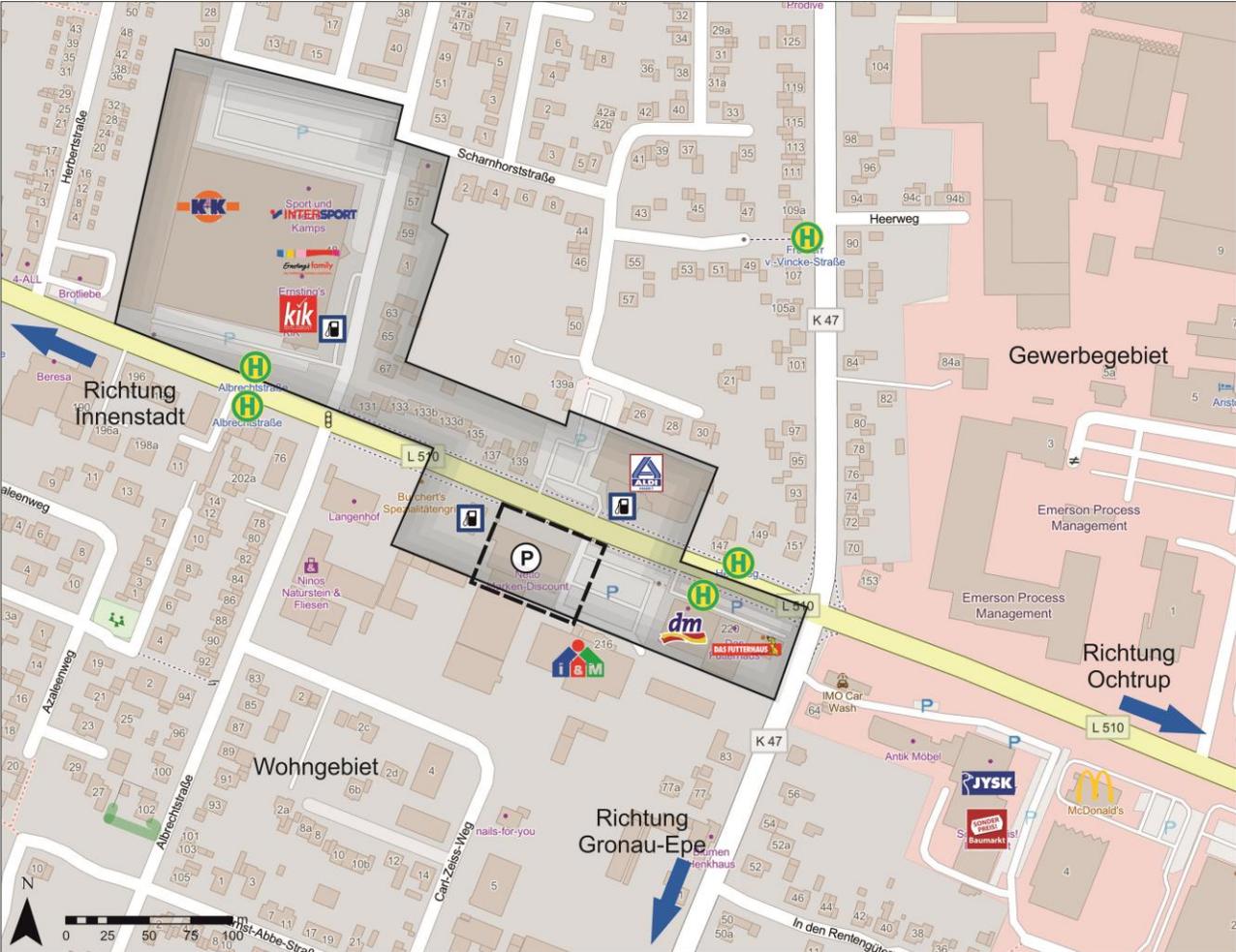


Foto 4: I&M Bauzentrum Geveler



Fotos: GMA 2022

Karte 1: Mikrostandort Ochtruper Straße



**Legende**

-  Projektstandort Netto Marken-Discount
-  überwiegend Grünfläche
-  überwiegend Wohnen
-  überwiegend Gewerbe / Industrie
-  Bushaltestelle
-  zentraler Versorgungsbereich, Nahversorgungszentrum Ochtruper Straße

Quelle: © OpenStreetMap-Mitwirkende; GMA-Bearbeitung 2022

## II. Nachfrage- und Angebotssituation

### 1. Einzugsgebiet und Bevölkerungspotenzial

Als Einzugsgebiet wird derjenige Bereich definiert, innerhalb dessen die Verbraucher den Standort voraussichtlich regelmäßig aufsuchen. Zur Abgrenzung des Einzugsgebietes wurden in der vorliegenden Untersuchung folgende Einflussfaktoren berücksichtigt:

- /// Betriebstyp, Sortimentsstruktur und Dimensionierung des konkreten Vorhabens
- /// Attraktivität der sonstigen Nutzungen am Standort
- /// Siedlungsstrukturen im Untersuchungsraum
- /// projektrelevante Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum
- /// verkehrliche und topografische Gegebenheiten im Untersuchungsraum
- /// ausgewählte Zeit- und Distanzwerte des Verbraucherverhaltens.

Unter Berücksichtigung dieser Kriterien erschließt das Vorhaben ein Kerneinzugsgebiet, das im Wesentlichen die nahegelegenen Wohngebiete beiderseits der Ochtruper Straße umfasst, im Norden und Westen von den hier verlaufenden Bahntrassen sowie im Süden von der Bundesstraße B 54 begrenzt wird. In diesem Kerneinzugsgebiet leben **ca. 6.060 Einwohner**.

Eine weitere räumliche Ausdehnung des Einzugsgebietes ist aufgrund der weiteren Lebensmittelmärkte nicht möglich. Neben den nahe gelegenen Wettbewerbern K+K (Grünstiege) und Lidl (Vereinsstraße) kommt hier der Versorgungsreichweite der Anbieter in den Nahversorgungszentren Gildehauser Straße (u. a. K+K und Aldi) sowie Königsstraße (u. a. Edeka, Lidl, Aldi-Nord, Penny, Getränke Hoffmann) eine besondere Bedeutung zu.

Eine weitere Ausdehnung des betrieblichen Kerneinzugsgebietes auf benachbarte Kommunen ist aufgrund der räumlichen Siedlungsstrukturen, der Wettbewerbssituation und der Größe des Betriebs nicht anzunehmen.

Angesichts der verkehrsgünstigen Lage des Projektstandortes an der Hauptdurchgangsstraße ist jedoch von einem nennenswerten Umsatzanteil durch Kunden von außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes (z.B. durch Pendlerverflechtungen, sonstige Streukunden) auszugehen. Diese werden in den nachfolgenden Berechnungen als sog. Streuumsätze berücksichtigt.

Karte 2: Kerneinzugsgebiet des Vorhabens und Hauptwettbewerber



**Legende**

- (P)** Projektstandort Netto Marken-Discount
- überwiegend Grünfläche
- überwiegend Wohnen
- überwiegend Gewerbe / Industrie
- zentrale Versorgungsbereiche
- Einzugsgebiet

Quelle: © OpenStreetMap-Mitwirkende; GMA-Bearbeitung 2022

## 2. Projektrelevante Kaufkraft im Einzugsgebiet

Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes sowie eigenen Berechnungen liegt die ladeinzelhandelsrelevante Kaufkraft für das vorliegend relevante Sortiment der Nahrungs- und Genussmittel einschließlich der Ausgaben im Lebensmittelhandwerk pro Kopf der Wohnbevölkerung derzeit bei **ca. 2.826 €**.

Neben den Pro-Kopf-Ausgabewerten ist zur Berechnung der Kaufkraft der örtliche Kaufkraftkoeffizient zu berücksichtigen. Gemäß aktueller Kennziffer von MB Research liegt das Kaufkraftniveau in Gronau mit 86,9 unter dem Bundesdurchschnitt (= 100,0).<sup>9</sup>

Für das abgegrenzte Kerneinzugsgebiet (vgl. Karte 2) beläuft sich das untersuchungsrelevante Kaufkraftpotenzial bei **Nahrungs- und Genussmitteln** somit auf **ca. 14,9 Mio. €** im Jahr.

## 3. Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum

Da der Angebotsschwerpunkt der Netto-Filiale bei Nahrungs- und Genussmitteln liegt, wurden die wesentlichen Wettbewerber, d.h. vor allem Supermärkte, Discounter und Getränkemarkte berücksichtigt.

In der Kernstadt **Gronau** können folgende Wettbewerbsstrukturen festgehalten werden:

- // Im Nahversorgungszentrum Ochtruper Straße) sind ein **K+K-Verbrauchermarkt**, welcher mit einer Verkaufsfläche von ca. 2.850 m<sup>2</sup> (davon ca. 1.900 m<sup>2</sup> im Food-Bereich) den größten Supermarkt darstellt und eine sehr moderne **Aldi-Filiale** (rd. 1.200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) ansässig. Der K+K-Markt wird u. a. durch Kik, Ernsting's family sowie Intersport-Kamps ergänzt. Arrondiert wird das Nahversorgungsangebot durch den im Verbund mit Das Futterhaus ansässigen dm-Drogeriemarkt.
- // Nicht mehr dem Nahversorgungszentrum zuzurechnen ist der Getränkemarkt **Trink & Spare** (rd. 700 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche)
- // Im **Hauptzentrum Innenstadt Gronau** sind die der **K+K-Markt** mit rd. 780 m<sup>2</sup> VK (Gildehauser Straße) und der Drogeriemarkt Rossmann mit rd. 580 m<sup>2</sup> vertreten.
- // Die Ankerbetriebe des **Nahversorgungszentrums Gildehauser Straße** sind ein **K+K-Verbrauchermarkt** und eine **Aldi-Filiale**, die jeweils über zeitgemäße Marktauftritte verfügen und mit Verkaufsflächen von ca. 1.400 m<sup>2</sup> bzw. ca. 1.200 m<sup>2</sup> zudem adäquat dimensioniert sind.
- // Im **Nahversorgungszentrum Königstraße** sind ein **Edeka-Frischemarkt** (rd. 1.250 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche), **Lidl** (rd. 1.550 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche), **Aldi** (rd. 1.100 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche), **Penny** (rd. 850 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) sowie **Getränke Hoffmann** (rd. 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) vertreten. Zudem wird das Lebensmittelangebot durch einen dm-Drogeriemarkt ergänzt. Sämtliche Betriebe sind sehr leistungsfähig und profitieren von Zuflüssen aus den Niederlanden.
- // In **Streulagen** sind neben den Discountern **Lidl** (Vereinsstraße; rd. 1.300 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) und **Netto Marken-Discount** (Overdinkelstraße; rd. 750 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) **K+K** mit einem

<sup>9</sup> Quelle: MB Research, Stand 2022: Kaufkraftkennziffer für die Gesamtstadt Gronau

Markt in der Grünstiege (rd. 700 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) und in der Emstetter Straße (ca. 740 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) vertreten.

- /// Darüber hinaus sind im weiteren Bereich der Kernstadt diverse inhabergeführte Lebensmittelmärkte mit Obst- und Gemüse sowie überwiegend internationalem Sortiment ansässig. Als ‚größere‘ Betrieben über 400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche sind hier **Dema Supermarkt** (ca. 500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche), **Arena Frischemarkt** (ca. 750 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) und **Supermarkt Ada** (ca. 450 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) zu nennen.
- /// Die beiden Getränkemärkte **Trinkgut** (ca. 1.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) und **Getränke Hoffmann** (ca. 750 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) befinden sich im Gewerbegebiet im Osten der Kernstadt. Als Spezialanbieter ist der Tiefkühl-discounter Eiskönig in der Kaiserstiege (rd. 670 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) zu erwähnen.

Der Einzelhandelsbestand im südlichen Stadtteil **Epe**, der u. a. das als Nebenzentrum ausgewiesene Stadtteilzentrum Epe mit einem K+K-Verbrauchermarkt und Rossmann sowie in sonstigen Lagen die Betreiber Lidl, Aldi, Penny und zwei weitere K+K-Märkte umfasst, ist für den Projektstandort aufgrund der Distanz und der siedlungsräumlichen Trennung als nicht projekt-relevant anzusehen und wird demnach nicht weiter behandelt.

**Insgesamt** umfasst das projektrelevante Angebot **im Bereich der Nahrungs- und Genussmittel** in der Kernstadt eine **Verkaufsfläche von rd. 21.500 m<sup>2</sup>** (ohne den zu erweiternden Netto-Markt):

- /// Nahversorgungszentrum Ochtruper Straße, ca. 3.100 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und ca. 12 – 13 Mio. € Umsatz
- /// Hauptzentrum Innenstadt, rd. 1.910 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und rd. 5,7 Mio. € Umsatz
- /// Nahversorgungszentrum Gildehauser Straße, rd. 2.600 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und rd. 10,3 Mio. € Umsatz
- /// Nahversorgungszentrum Königstraße, rd. 5.550 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und rd. 22,4 Mio. € Umsatz
- /// weitere Streulagen der Kernstadt, rd. 8.310 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und rd. 21,9 Mio. € Umsatz.

Diese Märkte erzielen im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel einen **Umsatz von ca. 72 – 73 Mio. €**.

### III. Auswirkungsanalyse

#### 1. Methodischer Ansatz

Die möglichen Wettbewerbswirkungen werden vor dem Hintergrund der zur Verfügung stehenden Kaufkraftvolumina und der dargelegten Angebotsstrukturen ermittelt. Daraus lassen sich anschließend die zu erwartenden städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen ableiten. Hierzu werden zwei Berechnungsschritte durchgeführt:

- / Das **Marktanteilkonzept**, stellt die voraussichtliche Kaufkraftabschöpfung des Vorhabens (= Marktanteile) aus dem Einzugsgebiet dar und verdeutlicht, wie viel von der Kaufkraft der Endverbraucher dem Vorhaben zufließt.
- / Mit dem **Umsatzumverteilungsmodell** werden die voraussichtlichen Auswirkungen des Vorhabens auf bestehende Angebote im Einzugsgebiet sowie im Umfeld eingeschätzt. Damit wird aufgezeigt, wo – und in welchem Umfang – dem bestehenden Einzelhandel Umsätze verloren gehen.

#### 2. Umsatzerwartung und Umsatzherkunft

Das Marktanteilkonzept geht von einer Gegenüberstellung des relevanten Angebotes mit dem für das Einzugsgebiet ermittelten Nachfragevolumen (= Kaufkraft) aus. Als wesentliche Kriterien bei der Ermittlung der Marktanteile werden die Art und Dimensionierung des Vorhabens, die Lage und das Standortumfeld sowie die Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet und im weiteren Umfeld berücksichtigt.

Im Einzugsgebiet des Vorhabens ist von einem Marktanteil von etwa 18 % im Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel auszugehen. Ein höherer Marktanteil ist aufgrund der leistungsstarken Wettbewerber im direkten Standortumfeld (K+K, Aldi, dm) nicht auszugehen.

**Tabelle 1: Marktanteile und Umsatz des Vorhabens (ca. 1.000 m<sup>2</sup> VK)**

|   | Kaufkraft in Mio. € p.a. | Marktanteil in % | Umsatz         |             |
|---|--------------------------|------------------|----------------|-------------|
|   |                          |                  | in Mio. € p.a. | in % (NuG)  |
| <b>Einzugsgebiet</b>                                  | <b>14,9</b>              | <b>18</b>        | <b>2,7</b>     | <b>74,8</b> |
| Streuumsätze (bei Nahrungs- und Genussmitteln)        |                          |                  | 0,9            | 25,2        |
| <b>Nahrungs- und Genussmittel gesamt</b>              |                          |                  | <b>3,6</b>     | <b>100</b>  |
| Randsortimente Nonfood (ca. 13 %; inkl. Streuumsätze) |                          |                  | 0,5            |             |
| <b>Umsatz gesamt</b>                                  |                          |                  | <b>4,1</b>     | -           |

GMA-Berechnungen 2022 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

Aufgrund der verkehrsgünstigen Lage des Objektstandortes ist von einem Streuumsatzanteil von insgesamt ca. 25 % auszugehen. Der Umsatz mit den Nonfood-Randsortimenten (z. B. Drogeriewaren, Wasch-, Putz-, Reinigungsmittel, Tiernahrung, Zeitschriften, Schnitt-Blumen, Haushaltsartikel) macht nur einen geringen Anteil aus und wird bei ca. ca. 0,5 Mio. € liegen. Damit wird ein Gesamtumsatz von ca. 4,1 Mio. € erreicht.

### 3. Voraussichtliche Wettbewerbswirkungen und Kaufkraftbewegungen

Der Umsatz von ca. 4,1 Mio. € liegt über dem Durchschnitt bei Netto Marken-Discount und entspricht einer Flächenproduktivität von rd. 4.100 € / m<sup>2</sup> Verkaufsfläche. Dabei gilt anzumerken, dass zwar die Flächenproduktivität unter dem Netto Marken-Discount-Durchschnitt liegt, die Verkaufsflächengröße jedoch den durchschnittlichen Netto-Markt übertrifft.<sup>10</sup> Demzufolge bildet der Wert einen realitätsnahen worst-case-Ansatz ab.

In der Modellrechnung wurden folgende Kriterien berücksichtigt:

- /// die aktuelle Ausstattung im Untersuchungsraum und die Sortimentsüberschneidungen mit dem Erweiterungsvorhaben
- /// die Versorgungsbedeutung einzelner Standortbereiche des Einzelhandels
- /// die aktuellen Kaufkraftströme im Untersuchungsgebiet
- /// die Wettbewerbssituation und Überlagerungen durch sonstige Einzelhandelsstandorte.

Für die nachfolgende Betrachtung der Auswirkungen der geplanten Erweiterung ist **nur der zu erwartende Zusatzumsatz von Relevanz**, sodass dem prognostizierten Gesamtumsatz der Vorhaben der Bestandsumsatz abgezogen wird. Dieses Vorgehen ist allgemein üblich, da die Wettbewerbswirkungen der Bestandsflächen bereits eingetreten sind. Das Bundesverwaltungsgericht hat dazu u. a. in einem Urteil vom 12.02.2009 ausgeführt, dass

*„von der gegebenen städtebaulichen Situation auszugehen [ist]. Diese wird nicht nur von den anderen vorhandenen Einzelhandelsbetrieben, sondern auch durch den Betrieb, dessen Erweiterung geplant ist, in seinem bisherigen Bestand geprägt.“<sup>11</sup>*

Mit der Erweiterung der Netto-Filiale auf ca. 1.008 m<sup>2</sup> werden **voraussichtlich folgende Umverteilungswirkungen ausgelöst**:

- /// Etwa 3,1 Mio. € werden bei Nahrungs- und Genussmittel sowie ca. 0,4 Mio. € im Randsortiment in der jetzigen Filiale erzielt und bleiben ohne Auswirkungen auf den Wettbewerb.
- /// Umverteilungswirksam werden somit ca. 0,6 Mio. €, davon ca. 0,5 Mio. € bei Lebensmitteln und rd. 0,1 Mio. € bei Nichtlebensmitteln.
- /// Die Umsatzumverteilungen entfallen in erster Linie auf **Aldi** und **K+K** in der Ochtruper Straße (insgesamt ca. 0,4 Mio. €).
- /// Für die Standortbereiche außerhalb dieses zentralen Versorgungsbereiches ist von einem ausgesprochen geringen Umsatzrückgang (rd. 0,1 Mio. €) auszugehen und einer Verteilung auf viele Standorte. Insofern liegen die Umsatzrückgänge für einzelne Standortbereiche unterhalb der Nachweisschwelle liegen wird.
- /// Etwa 0,1 Mio. € werden in den Nichtlebensmittelsortimenten umsatzumverteilungswirksam

<sup>10</sup> Laut Hahn Retail Real Estate Report Germany 2022 / 2023 liegt die durchschnittliche Flächenleistung von Netto Marken Discount aktuell bei ca. 4.700 € / m<sup>2</sup>, die durchschnittliche Verkaufsflächengröße liegt bei 807 m<sup>2</sup>. Daraus ergibt sich ein durchschnittlicher Filialumsatz von rd. 3,8 Mio. €. Für den Bestandsmarkt ist aktuell gutachterlich von einem Gesamtumsatz von rd. 3,5 Mio. € (gleichbedeutend mit einer Flächenproduktivität von ca. 4.500 € / m<sup>2</sup> VK) auszugehen.

<sup>11</sup> vgl. Bundesverwaltungsgericht 4 B 3.09 vom 12.02.2009, RN 6.

**Tabelle 2: Prognose der Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben (Nahrungs- und Genussmitteln)**

| Standortlage                           | Umsatz Bestand in Mio. € | Umsatzumverteilung |            |
|--|--------------------------|--------------------|------------|
|  |                          | in Mio. €          | in %       |
| Nahversorgungszentrum Ochtruper Str.   | 12,0                     | 0,4                | 3,3        |
| Weitere Standortbereiche der Kernstadt | 60,3                     | 0,1                | 0,2        |
| <b>Summe Kernstadt</b>                 | <b>72,3</b>              | <b>0,5</b>         | <b>0,7</b> |
| außerhalb der Kernstadt                | -                        | -                  | -          |
| <b>Summe gesamt</b>                    | <b>-</b>                 | <b>0,5</b>         | <b>-</b>   |

GMA-Berechnung 2022 (ca.-Werte gerundet, Abweichungen durch Rundungen möglich, n. a. = nicht ausweisbar, Wert unterhalb einer rechnerischen Nachweisgrenze)

#### 4. Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen

Die durch das Vorhaben zu erwartenden Umsatzumverteilungswirkungen bei **Nahrungs- und Genussmitteln** sind hinsichtlich der möglichen städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen wie folgt zu bewerten:

- // Die Umverteilung erreicht eine Größenordnung von ca. 3 – 4 %, wobei es sich bei Aldi und bei K+K um sehr leistungsstarke Betriebe handelt. Eine Betriebsschwächung ist auch deshalb auszuschließen, da diese Betriebe an Standorten mit sehr guten Rahmenbedingungen (u. a. Synergieeffekte durch weitere Umfeldnutzungen, günstige Verkehrslage, ausreichende Stellplätze) liegen. Für das Nahversorgungszentrum Ochtruper Straße sind keine städtebaulichen oder versorgungsstrukturellen Auswirkungen abzuleiten.
- // Für die Lebensmittelbetriebe in den **weiteren Lagen der Kernstadt, einschließlich der hier ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiche**, sind in der Summe Umsatzumverteilungen in Höhe von ca. 0,2 % (rd. 0,1 Mio. €) zu erwarten. Es handelt sich um rein wettbewerbliche Wirkungen, welche keine städtebaulichen Auswirkungen nach sich ziehen.
- // In den **Nichtlebensmittelsortimenten** werden rd. 0,1 Mio. € umsatzumverteilungswirksam, die sich auf mehrere Sortimente (u. a. Drogeriewaren, Wasch-, Putz-, Reinigungsmittel, Tiernahrung, Zeitschriften, Blumen, Haushaltsartikel) und damit auf eine Vielzahl von Anbietern verteilen (u. a. Drogeriemärkte, Blumengeschäfte, Bekleidungs-, Schuh-, Sportanbieter, einschließlich der Discounter, Supermärkte).

**Zusammenfassend** ist festzuhalten, dass mit der geplanten Erweiterung der Netto-Filiale weder städtebauliche noch versorgungsstrukturelle Folgewirkungen einhergehen; auch werden zentrale Versorgungsbereiche nicht in ihrer Funktions- oder Entwicklungsfähigkeit gefährdet.

#### 5. Vereinbarkeit mit dem Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen (LEP NRW)

Im Hinblick auf die ermittelten Auswirkungen des Vorhabens am Standort Gronau, Ochtruper Straße, sind hierzu folgende Anmerkungen zu treffen:

- // Den landesplanerischen Aussagen zu **Ziel 6.5-1** wird entsprochen, da sich der projektierte Standort innerhalb eines Allgemeinen Siedlungsbereiches (ASB) befindet.

- / Dem **Ziel 6.5-2** (städtebauliches Integrationsgebot) wird entsprochen, da das Erweiterungsvorhaben gemäß Einzelhandelskonzept im Nahversorgungszentrum Ochtruper Straße, also in einem zentralen Versorgungsbereich liegt.<sup>12</sup>
- / Im Hinblick auf **Ziel 6.5-3** (Beeinträchtigungsverbot) sind keine negativen städtebaulichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in Gronau oder in angrenzenden Nachbarstädten zu erwarten. Ebenso besteht durch das Vorhaben keine Beeinträchtigung der Versorgung der Bevölkerung im Untersuchungsraum.
- / Die Prüfung der **Grundsätze 6.5-4 und 6.5-6** sowie des **Ziels 6.5-5** entfällt, da es sich bei dem projektierten Markt um einen Betrieb mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten handelt.
- / Der **Grundsatz 6.5-9** sowie das **Ziel 6.5-7** sind nicht relevant; die Prüfung kann daher entfallen.
- / Hinsichtlich des **Ziels 6.5-8** ist gelten die zu den Zielen 6.5-1 bis 6.5-3 getroffenen Aussagen sinngemäß, sodass mit Blick auf die gesamte Agglomeration auch diesbezüglich kein Verstoß vorliegt.
- / Es werden alle relevanten landesplanerischen Ziele eingehalten, womit auch **Ziel 6.5-10** eingehalten wird.

**Das Vorhaben erfüllt sämtliche relevanten Voraussetzungen des LEP NRW.**

## **6. Vereinbarkeit mit dem Einzelhandelskonzept der Stadt Gronau**

Gemäß Einzelhandelskonzept der Stadt Gronau sollen Erweiterungs- und Ansiedlungsvorhaben des großflächigen Einzelhandels planungsrechtlich gesteuert werden. Neben der Funktionsstärkung des Haupt- und Nebenzentrums steht dabei auch die Sicherung und Stärkung der quartiersnahen Versorgungsfunktion der ausgewiesenen Nahversorgungszentren im Fokus.

Beim Projektstandort handelt es sich um einen etablierten Versorgungsstandort in Gronau. Die geplante Modernisierung und Verkaufsflächenerweiterung des Betriebs an der Ochtruper Straße sichert mit den umliegenden Betrieben die zukünftige wohnortnahe (Nah-)Versorgung im Osten der Kernstadt. Da der Standort im Nahversorgungszentrum Ochtruper Straße liegt<sup>12</sup>, dient die Neuaufstellung der Filiale insbesondere auch der Stärkung der Funktion des Gesamtstandortes als Nahversorgungszentrum. Der Zielsetzung des Einzelhandelskonzeptes wird demzufolge entsprochen. Mit Blick auf die Umverteilungswirkungen sind keine negativen Auswirkungen im Sinne von § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung zu erwarten.

**Damit entspricht das Vorhaben den Zielen des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Gronau.**

## **7. Vereinbarkeit mit dem Regionalplan Münsterland**

Die Sicherung der Nahversorgung und die Erhöhung der Attraktivität von Zentren werden auch im Regionalplan Münsterland als Ziele genannt. Wie bereits bei der Prüfung der Vereinbarkeit

<sup>12</sup> Auch nach aktueller Standortbesichtigung kann der Projektstandort von Netto als Teil des zentralen Versorgungsbereichs Nahversorgungszentrum Ochtruper Straße gewertet werden. Der Markt stellt sowohl funktional als auch städtebaulich einen integralen Bestandteil dieses Zentrums dar.

mit dem Einzelhandelskonzept der Stadt Gronau ausgeführt, dient das Vorhaben in der Ochtruper Straße der Sicherung der Nahversorgung und trägt dazu bei, die Attraktivität des Nahversorgungszentrums zu erhöhen. Damit wird auch den Zielen des Regionalplans Münsterland entsprochen. Der Vorgabe des Regionalplans, bei der Änderung und Aufstellung von Bauleitplänen für großflächige Einzelhandelsbetriebe die Auswirkungen auf die Nahversorgung im Einzugsgebiet zu ermitteln und zu berücksichtigen wird mit diesem Gutachten entsprochen.

#### IV. Zusammenfassung

| Zusammenfassende Bewertung des Vorhabens  |   |
|---|---|
| <b>Vorhaben / Standort</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Erweiterung der Netto-Filiale von ca. 755 m<sup>2</sup> auf ca. 1.008 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche</li> </ul>  |
| <b>Rechtsrahmen</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Auswirkungsanalyse nach § 11 Abs. 3 BauNVO</li> </ul>  |
| <b>Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Das Einzugsgebiet des Vorhabens umfasst das nähere Umfeld des Projektstandortes mit ca. 6.060 Einwohner. Das Kaufkraftpotenzial im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel liegt bei rd. 14,9 Mio. €.</li> </ul>  |
| <b>Wettbewerbssituation</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Die projektrelevanten Wettbewerber weisen eine Verkaufsfläche von ca. 21.500 m<sup>2</sup> bei Nahrungs- und Genussmitteln auf und erzielen eine Umsatzleistung im Lebensmittelbereich von rd. 72- 73 Mio. € auf.</li> <li>▪ Nahversorgungszentrum Ochtruper Straße: Aldi und K+K-mit einer ca. 3.100 m<sup>2</sup> VK zusammen und einem Umsatz von ca. 12,0 Mio. €.</li> <li>▪ In den weiteren Lagen in der Kernstadt befinden sich diverse weitere relevante Märkte mit einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 18.370 m<sup>2</sup> und einem Umsatz von ca. 60,3 Mio. €.</li> </ul>  |
| <b>Umsatzerwartung</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Die perspektivische Umsatzerwartung beträgt ca. 4,1 Mio. € (davon ca. 3,6 Mio. € im Food-Bereich).</li> <li>▪ Umsatzzuwachs rd. 0,6 Mio. € davon ca. 0,5 Mio. € bei Nahrungs- und Genussmittel und ca. und ca. 0,1 Mio. € auf Nichtlebensmitteln.</li> </ul>   |
| <b>Bewertung der versorgungsstrukturellen und städtebaulichen Auswirkungen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Wettbewerbswirkungen sind in erster Linie gegenüber Aldi und K+K im Nahversorgungszentrum Ochtruper Straße in einer Höhe von ca. 3 – 4 % zu erwarten. Daraus resultieren keine negativen städtebaulichen oder versorgungsstrukturellen Auswirkungen.</li> <li>▪ Ein sehr geringer Umsatz von ca. 0,1 Mio. € verteilt sich auf etliche Wettbewerber in den weiteren Nahversorgungszentren bzw. in Streulagen, d. h. es handelt sich um rein wettbewerbliche Wirkungen.</li> </ul>   |
| <b>Bewertung hinsichtlich der Landesplanung</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ziel 6.5.-1 wird entsprochen, da sich der Vorhabenstandort innerhalb eines Allgemeinen Siedlungsbereiches (ASB) befindet.</li> <li>▪ Ziel 6.5.-2 greift, weil sich der Projektstandort in einem zentralen Versorgungsbereich, dem Nahversorgungszentrum Ochtruper Straße, befindet.</li> <li>▪ Das Vorhaben entspricht dem Beeinträchtungsverbot gemäß Ziel 6.5.-3.</li> <li>▪ Das Ziel 6.5-5 sowie die Grundsätze 6.5-4, und -6 LEP NRW sind für die Bewertung des Vorhabens ebenso wenig relevant, wie die Ziele 6.5-7 – 6.5-9, da der Projektstandort in einem zentralen Versorgungsbereich liegt.</li> <li>▪ Da alle relevanten landesplanerischen Ziele eingehalten werden, wird somit Ziel 6.5-10 auch eingehalten.</li> </ul> |

| Zusammenfassende Bewertung des Vorhabens                           |  |
|--|--|
| <b>Vereinbarkeit mit dem Einzelhandelskonzept der Stadt Gronau</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Beim Projektstandort handelt es sich um einen etablierten Lebensmittelmarkt im Osten der Kernstadt Gronau. Die geplante Modernisierung und Erweiterung sichert die zukünftige (Nah-)Versorgung in diesem Gebiet.</li> <li>▪ Mit Blick auf die Umverteilungswirkungen sind keine negativen Auswirkungen im Sinne von § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung zu erwarten.</li> <li>▪ Bei der geplanten Erweiterung sind keine städtebaulichen oder versorgungsstrukturellen Auswirkungen zu erwarten; die Zentrenverträglichkeit ist gegeben.</li> </ul> |
| <b>Fazit</b>   | <p>Mit der Erweiterung des Netto-Marktes am Projektstandort Ochtruper Straße in Gronau gehen keine negativen städtebaulichen oder versorgungsstrukturellen Auswirkungen einher. Der Markt erfüllt eine wichtige Nahversorgungsfunktion und wird durch die Erweiterung zukunftsfähig aufgestellt. Das Vorhaben dient somit der Sicherung einer wohnortnahen Versorgung im Osten der Kernstadt und stärkt die Funktion des Nahversorgungszentrums.</p>   |

GMA-Zusammenstellung 2022

## Verzeichnisse

|   | <b>Seite</b> |
|---|--------------|
| <b>Fotoverzeichnis</b>  |              |
| Foto 1: Netto-Filiale aus nördlicher Richtung   | 11           |
| Foto 2: Netto-Filiale aus östlicher Richtung mit Zufahrt                                      | 11           |
| Foto 3: Verbundstandort mit dm, Das Futterhaus und Bäckerei-Café                              | 11           |
| Foto 4: I&M Bauzentrum Geveler  | 11           |
| <b>Kartenverzeichnis</b>  |              |
| Karte 1: Mikrostandort Ochtruper Straße   | 12           |
| Karte 2: Kerneinzugsgebiet des Vorhabens und Hauptwettbewerber                                | 14           |
| <b>Tabellenverzeichnis</b>  |              |
| Tabelle 1: Marktanteile und Umsatz des Vorhabens (ca. 1.000 m <sup>2</sup> VK)                | 17           |
| Tabelle 2: Prognose der Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben (Nahrungs- und Genussmitteln) | 19           |